

# Inhalt

<b>1</b>	Die hohe Schule des Verkaufens oder: Eine irrsinnige Wette	9
<b>2</b>	Die Geschichte einer Erbschaft oder: Ein Vater, ein Sohn, ein Streit, ein Todesfall	15
<b>3</b>	Eine Osteraktion in drei Akten oder: Wie viele Köche im kreativen Brei rühren	23
<b>4</b>	Motivation ist ... wenn ein Chef die Träume seiner Mitarbeiter von deren Lippen abliest, oder?	29
<b>5</b>	Als wären sie Freunde und nicht Kollegen oder: Die Geheimnisse der Teambildung	33
<b>6</b>	Ein Storno führt zum Streit oder: Welche Rolle Psychologie im Verkauf spielt	45
<b>7</b>	Die Erfolgsspirale oder: Wie verkauft man kunden- und nicht produktorientiert?	53

<b>8</b>	Fragen, Fragen, Fragen oder: Ein Abend, der mit einer Sünde beginnt und heiß endet	61
<b>9</b>	Arme Männer oder: Innovationen sind die Abkürzung zum Erfolg	75
<b>10</b>	Eine strukturierte Analyse von Spaghetti Bolognese oder: Wie man komplexe Prozesse grafisch beschreiben kann	85
<b>11</b>	P wie ... Papi oder: Manche Väter sind Verkäufer und auch Zauberer	103
<b>12</b>	Spaghetti Cindylese oder: Ein grauenhaftes Seminar, das Schule macht	111
<b>13</b>	ST.AN-Premiere oder: Wie eine Lösung aussehen kann	123
<b>14</b>	Der Unterschied zwischen Produkt- und Lösungsgeschäft oder: Bälle lernen fliegen	139
<b>15</b>	Ein origineller Messeauftritt aber: Nicht jeder mag Tangram spielen	147
<b>16</b>	Das ideale Team, der ideale Verkäufer, der ideale Chef oder: Wieso der Vertriebsleiter manches als Allerletzter erfährt	155

<b>17</b>	Rabatte und Promotions oder: Manchmal wird über das Wichtigste nicht geredet	165
<b>18</b>	Kundenorientierte Teamarbeit oder prämiensorientierter Einzelkampf?	173
<b>19</b>	Teamregeln oder: Die Kunst, ein Bündel Stifte zu brechen	181
<b>20</b>	Nachrichten aus Lissabon oder: Kick-off in ein neues Leben	189
	Die Geschichte hinter der Geschichte	210
	Danksagung	213
	Wichtige Elemente der Strukturierten Analyse	214
	Literatur	220